**PRODUCCION**

La entrada en el mercado polaco estuvo precedida de un intenso programa de preparación, en la que se incluida estudios de ubicación, construcción de instalaciones, proveedores, personal y legislación aplicable. Despues de 1992 se pusiera en marcha un equipo de 50 empleados norteamericanos para iniciar las operaciones, en la actualidad todos ellos han sido sustituidos por personal de nacionalidad polaca.

**ADAPTACION**

Los analistas del sector pensaban que la empresa se enfrentaba a un sector maduro y que en definitiva ya no había nada que hacer con las hamburguesas y las papitas. Las cuentas por explotación y las ventas por establecimiento mostraban un bajo crecimiento y se empezó a culpar a la cultura corporativa por su aparente incapacidad para enfrentar de manera eficaz la competencia (taco bell o Wendy’s), que eran más ágil y flexible.

**DIRECCION**

En la actualidad McDonald’s está abriendo una media de tres establecimientos diarios en el extranjero y este esfuerzo se está intensificando. McDonald’s está enviando sus sonrisas, estándares, valores y, como no, sus papas fritas al extranjero.

**MANTENIMIENTO**

Hoy en día McDonald’s es una verdadera corporación global con uno de los nombres más reconocidos en el mundo. Esta presencial global representa el 80% de sus ingresos actuales. Sus ventas son el resultado de un presupuesto publicitario de 1.400 millones de dólares con sus atractivos y pegadísimos eslóganes (“Listo para llevar “) Y el rostro de Ronald McDonald al que los niños reconocen con la misma rapidez que ha santa Claus.

**Alexandra Ardila Toro**

**Sandra Milena Pamplona Posada**

**11ª2**